

2017-2022年中国saas（软件运营服务）产业发展 态势及十三五盈利前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国saas（软件运营服务）产业发展态势及十三五盈利前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/274914274914.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

随着智能终端的普及和移动互联网的快速发展，SAAS市场获得高速发展的机会。SAAS市场包含消费级SAAS（ToC）和企业级SAAS（ToB）。近年来，ToC用户市场虽然仍占主流，但已呈现日渐饱和的状态，但ToB企业级市场份额仍处于高速增长的过程。据数据显示，2015年国内企业级SaaS市场规模将达到199.3亿元人民币，增长率高达69.7%，在企业高效运营管理需求、移动互联网应用条件不断成熟等多方因素推动下，市场规模仍将保持快速增长，预计2016年市场规模将超过331亿元人民币，2017-2022年复合增长率达到30%，至2020年市场规模达到千亿级别。企业级的市场通过云的服务，可以让企业服务应用范围更广，基于SaaS的云计算市场和提供平台服务的行业都将迎来业绩的快速增长。

中国企业级SaaS市场规模（单位：亿元）

2014年中国SaaS企业服务平台市场份额

2015-2016年中国企业级SaaS市场总体规模增长预测

中国报告网发布的《2017-2022年中国saas（软件运营服务）产业发展态势及十三五盈利前景预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 SAAS（软件运营服务）的相关概述

1.1 SAAS的定义及分类

1.1.1 SaaS的概念解析

1.1.2 SaaS的分类情况

1.1.3 SaaS的生态系统构成

1.1.4 SaaS发展的演进历程

1.2 SAAS的特性与作用

- 1.2.1 SaaS服务的主要特征
- 1.2.2 SaaS模式的作用分析
- 1.2.3 SaaS模式与传统许可模式的比较浅析
- 1.2.4 SaaS的客户价值透析
- 1.2.5 SaaS的应用领域广泛
- 1.3 SAAS与ASP的区别与联系
 - 1.3.1 ASP的基本介绍
 - 1.3.2 SaaS相关概念的区别解析
 - 1.3.3 SaaS模式与ASP模式的差异剖析
- 第二章 2014-2016年SAAS产业发展分析
 - 2.1 2014-2016年全球SAAS产业的发展状况
 - 2.1.1 国外SaaS产业发展状况及特征分析
 - 2.1.2 世界SaaS市场需求与提供商分析
 - 2.1.3 全球SaaS市场整体规模分析
 - 2.1.4 全球SaaS安全服务市场规模迅速扩大
 - 2.1.5 欧美地区SaaS型CRM渐成市场主导
 - 2.2 中国SAAS产业总体发展综述
 - 2.2.1 我国SaaS市场发展的基本情况
 - 2.2.2 国内SaaS市场发展的新特点
 - 2.2.3 企业对SaaS的需求状况分析
 - 2.3 2014-2016年中国SAAS市场发展分析
 - 2.3.1 2014年我国SaaS市场运行状况
 - 2.3.2 2015年我国SaaS市场发展态势
 - 2.3.3 2016年我国SaaS市场发展动向
 - 2.4 SAAS产业发展存在的问题
 - 2.4.1 中国SaaS市场发展的制约因素
 - 2.4.2 SaaS产业发展面临的主要挑战分析
 - 2.4.3 SaaS市场存在的两大难题
 - 2.4.4 中国SaaS产业安全问题亟待解决
 - 2.4.5 国内SaaS产业发展遭遇三大瓶颈
 - 2.5 SAAS产业发展的对策分析
 - 2.5.1 国内SaaS市场发展的建议
 - 2.5.2 健全的安全运营体系是SaaS发展的关键
 - 2.5.3 中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制
 - 2.5.4 中国SaaS厂商快速壮大的对策

2.5.5 SaaS产品的开发攻略

第三章 2014-2016年管理型SAAS市场分析

3.1 企业管理类SAAS发展历程

3.1.1 萌芽阶段

3.1.2 调整阶段

3.1.3 稳步发展阶段

3.2 2014-2016年管理型SAAS市场发展现状

3.2.1 管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合

3.2.2 管理型SaaS给企业带来的利好

3.2.3 管理型SaaS市场逐渐受到企业重视

3.2.4 我国管理型SaaS应用成交率大幅上升

3.2.5 渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝

3.2.6 管理型SaaS的个性化发展透析

3.3 管理型SAAS市场成功的要点解析

3.3.1 SaaS厂商需具备的能力剖析

3.3.2 企业运用互联网的能力

3.3.3 构建创新商业模式能力

3.3.4 全程客户服务能力

第四章 2014-2016年SAAS市场的厂商与用户分析

4.1 2014-2016年SAAS市场的厂商发展动态

4.1.1 国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场

4.1.2 国内SaaS行业显现“羊群效应”

4.1.3 中国主流SaaS运营商市场份额

4.1.4 国内主流SaaS企业及其产品评析

4.1.5 我国SaaS厂商积极构筑战略联盟

4.2 SAAS用户的使用状况分析

4.2.1 用户对SaaS的认知情况

4.2.2 用户最看重的SaaS功效

4.2.3 企业SaaS应用计划分析

4.2.4 OA类SaaS应用受用户重视

4.3 SAAS用户的关注焦虑调查

4.3.1 数据安全问题受关注

4.3.2 服务的方便性受企业青睐

4.3.3 降低成本是企业考虑的重要因素

第五章 2014-2016年中国SAAS的市场应用分析

5.1 2014-2016年SAAS在中小企业的应用情况

5.1.1 SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境

5.1.2 中小企业全面普及SaaS尚待时日

5.1.3 中小企业选择SaaS的注意事项

5.1.4 中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略

5.1.5 多数中小企业将应用SaaS模式

5.2 2014-2016年SAAS在邮件领域的应用分析

5.2.1 SaaS对传统邮件市场影响颇深

5.2.2 SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出

5.2.3 SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明

5.3 2014-2016年SAAS在电子政务领域的应用综述

5.3.1 电子政务领域SaaS发展的机会

5.3.2 SaaS模式在电子政务中应用特点透析

5.3.3 SaaS在电子政务中的具体应用情况

5.3.4 SaaS在电子政务领域的应用潜力探析

5.4 2014-2016年SAAS模式的其他应用分析

5.4.1 零售企业对SaaS的需求及应用风险探析

5.4.2 SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向

5.4.3 SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍

5.5 SAAS模式的应用案例及方向透析

5.5.1 全程电子商务管理

5.5.2 CRM客户关系管理

5.5.3 SCM供应链管理

5.5.4 节省通讯成本

5.6 SAAS模式的企业应用个案解析

5.6.1 博思格集团

5.6.2 济南创弈工场科技

5.6.3 安吉汽车俱乐部

第六章 2014-2016年SAAS的市场运营分析

6.1 2014-2016年SAAS产业的基本运营模式剖析

6.1.1 中国SaaS产业有两种主导运营模式

6.1.2 以自身产品为核心应用的模式浅析

6.1.3 以在线软件服务的第三方平台模式介绍

6.2 摆脱ASP模式困境SAAS需解决的难题

6.2.1 SaaS业务模式的深入解析

6.2.2 服务提供商的公信力是首要挑战

6.2.3 应用连续性与数据安全性成为重点

6.2.4 盈利模式和营销方式的突破

6.3 SAAS模式的运营风险及安全策略分析

6.3.1 SaaS模式面临的主要风险因素

6.3.2 SaaS系统的风险主体探讨

6.3.3 透析SaaS系统存在的安全隐患

6.3.4 SaaS系统的风险规避措施探究

6.4 SAAS的营销策略探讨

6.4.1 SaaS市场营销的三大建议

6.4.2 SaaS的渠道建设方案透析

6.4.3 SaaS的市场推广模式探索

6.4.4 SaaS的品牌推广策略思考

第七章 2014-2016年国外重点企业分析

7.1 微软

7.1.1 企业简介

7.1.2 2014-2016财年微软经营状况

7.1.3 微软公司多方位开拓SaaS市场

7.1.4 微软SaaS的中国市场战略解读

7.2 GOOGLE

7.2.1 企业简介

7.2.2 2014-2016年Google经营状况

7.2.3 Google进军SaaS市场挑战微软

7.2.4 Google进军SaaS市场面临的问题

7.3 NETSUITE

7.3.1 企业简介

7.3.2 2014-2016年NetSuite经营状况

7.3.3 NetSuite公司的主要产品介绍

7.3.4 NetSuite瞄准中国SaaS市场蓄势待发

7.3.5 NetSuite在日本地区推出SaaS新品

7.4 SALESFORCE.COM

7.4.1 企业简介

7.4.2 2014-2016年Salesforce经营状况

7.4.3 Salesforce的产品及用户规模

7.4.4 Salesforce的SaaS业务成功的秘诀

7.4.5 Salesforce在中国SaaS市场发展概况

7.5 甲骨文

7.5.1 企业简介

7.5.2 2014-2016财年甲骨文经营状况

7.5.3 甲骨文的产品及用户规模

7.5.4 甲骨文SaaS业务发展现状

第八章 2014-2016年国内重点企业分析

8.1 阿里软件

8.1.1 企业简介

8.1.2 阿里软件的主要产品线介绍

8.1.3 阿里软件SaaS的发展道路解析

8.1.4 阿里软件在南京创建SaaS服务中心

8.2 金蝶

8.2.1 企业简介

8.2.2 2014-2016年金蝶经营状况

8.2.3 金蝶友商网产品介绍

8.2.4 金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场

8.2.5 金蝶SaaS发展的成效与问题

8.3 用友

8.3.1 企业简介

8.3.2 2014-2016年用友经营状况

8.3.3 用友正式进军SaaS市场

8.3.4 用友融合SaaS等业务打造全程电子商务

8.4 八百客

8.4.1 企业简介

8.4.2 八百客SaaS产品特点及收费模式

8.4.3 八百客SaaS业务发展历程

8.5 铭万

8.5.1 企业简介

8.5.2 铭万SaaS产品线及用户规模分析

8.5.3 SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机

8.5.4 铭万联合联想力推SaaS新品

第九章 SAAS市场的发展前景分析

9.1 世界SAAS市场发展前景展望

9.1.1 全球SaaS市场发展迎来黄金时期

- 9.1.2 全球SaaS未来发展方向探析
- 9.1.3 SaaS服务将成全球电子商务发展主流
- 9.1.4 2016年全球企业移动SaaS市场规模预测
- 9.2 中国SAAS市场发展前景及趋势
 - 9.2.1 未来中国SaaS市场发展前景展望
 - 9.2.2 2017-2022年中国SaaS市场规模预测
 - 9.2.3 SaaS市场前景广阔渐受资本青睐
 - 9.2.4 未来SaaS对中国传统软件行业的影响透析

图表目录：

- 图表 应用软件运营商类型
- 图表 管理软件运营商类型
- 图表 WEB商业运营提供商类型
- 图表 SaaS发展的三个阶段
- 图表 全球前十大软件按需定制（SoftwareOnDemand）企业营业规模与市场
- 图表 SaaS各细分市场的销售收入状况
- 图表 日本SaaS（包含ASP）投资情况
- 图表 用户对SaaS运营商的体验数据
- 图表 中国SaaS市场区域分布情况
- 图表 中国SaaS应用行业分布情况
- 图表 中国SaaS应用类型分布情况
- 图表 软件运营服务（SaaS）市场规模
- 图表 管理型SaaS应用成交率情况
- 图表 中国管理型SaaS厂商付费用户数市场份额
- 图表 成功SaaS厂商需具备的关键能力要素
- 图表 中国SaaS行业在线管理软件运营商营收份额
- 图表 中国SaaS管理软件运营商营收规模
- 图表 SaaS领域厂商获取成功的两种方法
- 图表 企业用户对SaaS的了解状况
- 图表 阻碍用户使用SaaS产品的因素
- 图表 用户最看重的SaaS功效
- 图表 用户选择SaaS产品的主要依据
- 图表 企业未曾应用SaaS产品的原因调查
- 图表 企业使用SaaS产品的原因调查
- 图表 企业对SaaS产品降低成本功效的看法
- 图表 按照模式划分SaaS运营产业链结构

图表 2013-2015财年微软公司全面收益表

图表 2014-2016财年微软公司全面收益表

图表 2013-2015年谷歌公司全面收益表

图表 2014-2016年谷歌公司全面收益表

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/274914274914.html>